

平成27年度 輸出戦略実行事業
コメ・コメ加工品部会(日本酒分科会)における調査報告書
【B.海外における清酒メーカーの動向調査】

平成28年2月

農林水産省

(委託先:株式会社野村総合研究所)

注意事項・免責事項

注意事項

- 本報告書は輸出戦略実行委員会コメ・コメ加工品部会(日本酒分科会)で討議され、作成されたものです。
- 本事業は、農林水産省の委託により、株式会社野村総合研究所が実施したものであり、本報告書の内容は農林水産省の見解を示すものではありません。

免責事項

- 農林水産省及び委託事業者である株式会社野村総合研究所とその関連会社は、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害及び利益の喪失については、原因の如何にかかわらず、一切の責任を負うものではありません。これは、たとえ、農林水産省及び委託事業者である株式会社野村総合研究所とその関連会社がかかる損害の可能性を知らされていた場合も同様とします。
- 本報告書の記載内容、情報については、その正確性、完全性、目的適合性等を保証するものではありません。農林水産省及び委託事業者である株式会社野村総合研究所とその関連会社は、本報告書の論旨と一致しない他の資料を発行している、または今後発行する可能性があります。

背景と目的

重要市場において競合となりうるメーカーの動向を把握し、 今後のプロモーション戦略を考える材料とする

| 背景・目的 | 調査内容として盛り込むべき事項 | | |
|---|--------------------------|--|---|
| | 対象国・対象団体 | 調査のポイント | 主な関連過去調査 |
| <ul style="list-style-type: none"> 重点国向けの輸出を伸ばしてゆく上で、競合となりうる企業の状況を把握することによって、今後のプロモーション戦略を考える材料とする | 中国 アメリカ ブラジル 豪州 | <ul style="list-style-type: none"> 競合の動向を把握すべく以下の項目について国内調査に関して意識をして、調査を行った <ul style="list-style-type: none"> 日本酒の市場規模 企業シェア 現地系清酒メーカー名 主要な現地系清酒メーカーの販売戦略 | <ul style="list-style-type: none"> 「海外における清酒・焼酎生産の100年の歴史」(きた産業、2010年4月) HomeBrewSaké (http://homebrewsake.com/home/) |

海外の清酒メーカー

海外で清酒製造がおこなわれているのは9か国、約30社

日本以外の主な清酒メーカー一覧

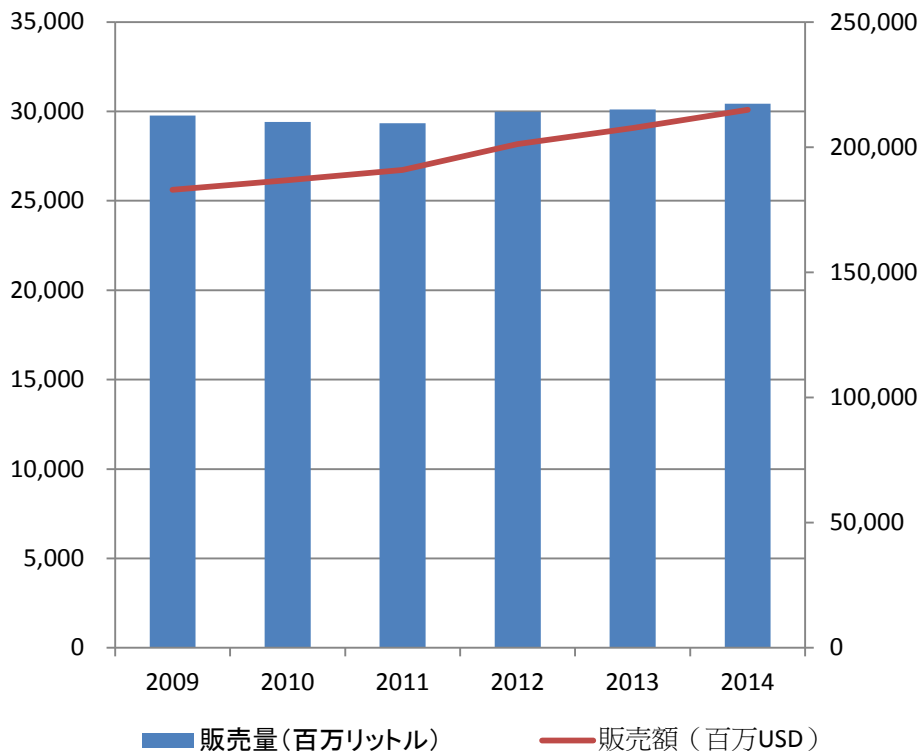
| 国名 | 清酒醸造社数 | 主な社名 |
|---------|--------|---|
| アメリカ | 11 | 米国宝酒造、米国月桂冠、大関USA、八重垣USA、SakeOne、moto-i、Texas Sake Company, Cedar River Brewing Company, Blue Kudzu Sake Company, Ben's American Sake, Blue Current Brewery |
| 中国 | 9 | 天津中谷酒造、宝酒造食品、天津直沽醸造、愛丹造酒、瀋陽大旺食品、大連木戸泉醸造、大連借樂園食品、天津大王酒造、南通日久酒造 |
| 韓国 | 3 | 斗山酒造 (Doosan Liquor BG) |
| ブラジル | 2 | Industria Agricola Tozan Ltda., Sakura Nakaya Alimetos Ltda. |
| カナダ | 2 | Artisan Sake Maker, Ontario Spring Water Sake Company |
| オーストラリア | 1 | Sun Masamune Pty Limited |
| ベトナム | 1 | Hue Foods Company |
| タイ | 1 | Cosmos Co. |
| ノルウェー | 1 | Nogne-O |

アメリカ

アルコール飲料市場と清酒市場

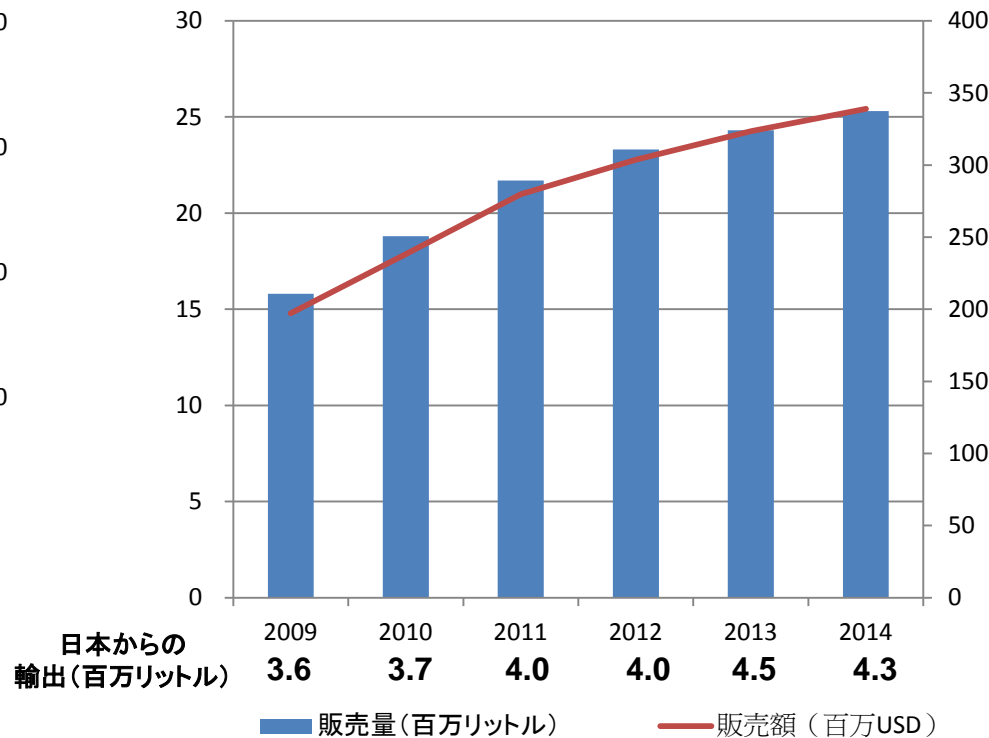
- アメリカのアルコール飲料市場は過去5年間量で見ると横ばい、販売額では年平均成長率3.3%で成長し、2014年には約214十億USDとなった。
- 清酒市場については過去5年間で、量は年平均成長率10%、販売額では年平均成長率11.5%で成長しているが、2014年段階で約25百万リットル、330百万USDと、アルコール飲料に占めるシェアは0.1%程度である。

アメリカのアルコール飲料市場



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

アメリカの清酒市場



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

日本からの
輸出(百万リットル)

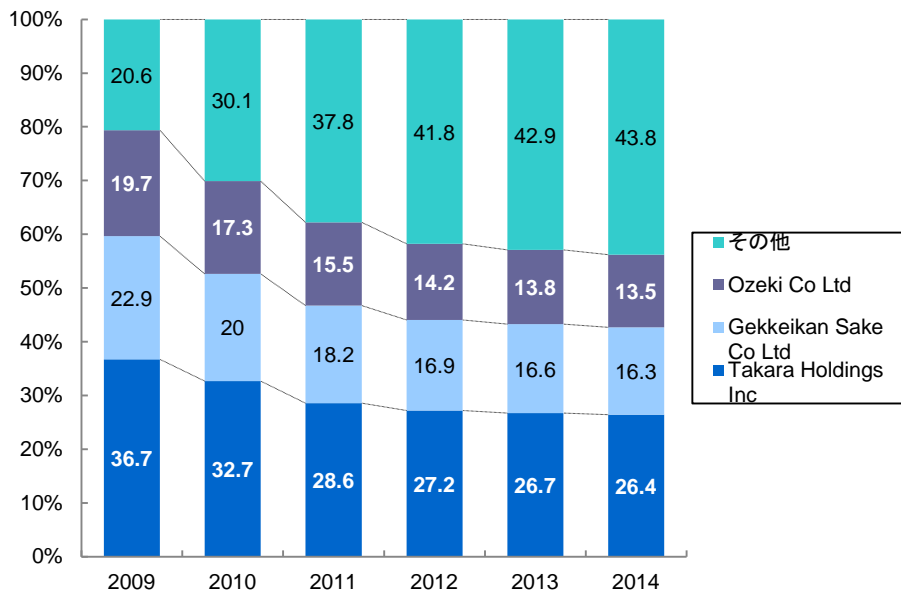
| 年 | 輸出 (百万リットル) |
|------|-------------|
| 2009 | 3.6 |
| 2010 | 3.7 |
| 2011 | 4.0 |
| 2012 | 4.0 |
| 2013 | 4.5 |
| 2014 | 4.3 |

アメリカ

アルコール飲料市場と清酒市場

- アメリカで清酒製造を行っている11社のうち主なものは下記の5社である。
- 5社のうちシェアが高いのは、米国宝酒造、米国月桂冠、大関USAの3社である。これら3社は日本以外の清酒生産量の2, 3, 4位を占める。2014年の生産量はそれぞれ、6.6百万リットル、4.1百万リットル、3.4百万リットルと推計される。
- 上記3社のシェアは約55%であるが、年々そのシェアは下がってきている。他の八重垣USAやSakeOneは上記3社には迫っておらず、日本からの輸出品がしのぎを削っていると考えられる。
- 米国宝酒造と、現地資本のSakeOneは、清酒ベースのリキュールを展開するなど、独自の商品戦略でマーケティングを進めている。

アメリカの清酒市場：企業別シェア



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

アメリカの主な清酒メーカー

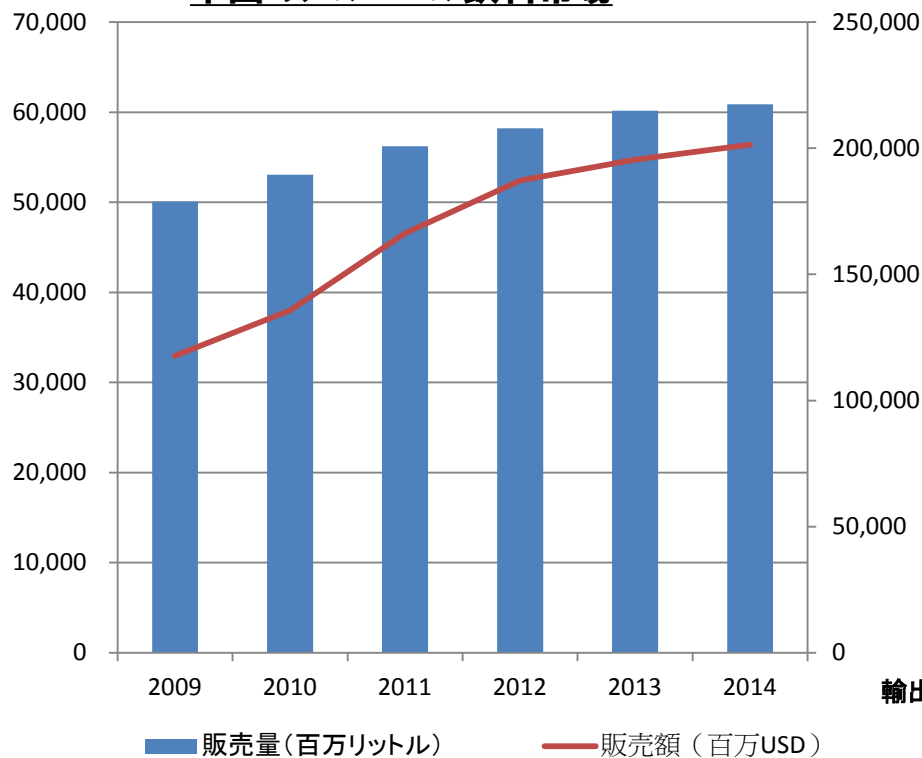
| 社名 | ブランド | 設立/清酒製造開始年 | 生産量：2014年、mnℓ | その他関連情報 |
|---------|---------------|------------|---------------|--------------------|
| 米国宝酒造 | 松竹梅 | 1983 | 6.6 | 宝酒造100%子会社 |
| 米国月桂冠 | 月桂冠 | 1989 | 4.1 | 月桂冠100%子会社 |
| 大関USA | 大関 | 1979 | 3.4 | 大関100%子会社 |
| 八重垣USA | Yaegaki | 1999 | 2.7 | 八重垣酒造100%子会社 |
| SakeOne | 桃川、Moon Stone | 1997 | 1.0 | 白鶴酒造が資本注入 桃川と連携 |

中国

アルコール飲料市場と清酒市場

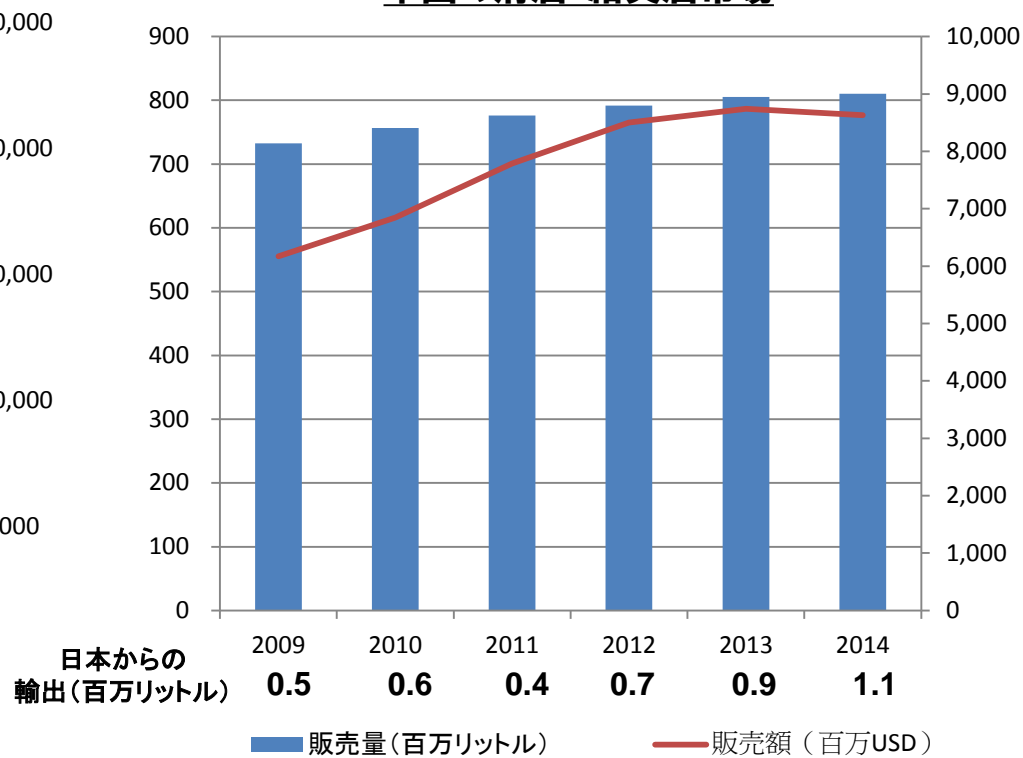
- 中国のアルコール飲料市場は過去5年間、量では年平均成長率4.0%、販売額では年平均成長11.5%で成長し、2014年には約60十億リットル、200十億USDとなった。
- 中国の場合、「清酒」と「紹興酒」を合わせたデータとして、過去5年間で、量は年平均成長率2.0%、販売額では年平均成長率6.9%で成長している。2014年段階で約810百万リットル、8,600百万USDであり、アルコール飲料に占めるシェアは量で約1%、販売額で約4.3%である。このうちほとんどが紹興酒である。

中国のアルコール飲料市場



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

中国の清酒・紹興酒市場



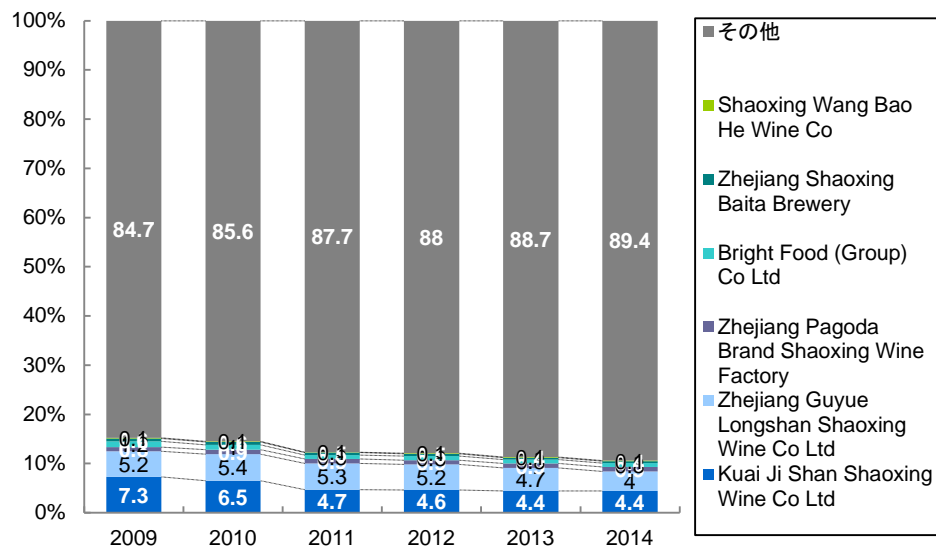
出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

中国

アルコール飲料市場と清酒市場

- 中国で清酒生産を行っているのは、日本企業の現地工場(天津中谷酒造、宝酒造食品、愛丹造酒)、日本企業と技術支援を受ける企業(月桂冠(現地メーカーに委託)、瀋陽大旺食品、南通日久酒造)、現地資本(天津直沽醸造、大連木戸泉醸造、大連偕楽園食品、天津大王酒造)に分類される。
- 下図のうち左の会社別シェアを示したグラフに出ている企業の多くは、紹興酒メーカーである。
- 月桂冠は、手頃な価格帯で自社製品を届けたいとの思いから、2011年に現地メーカーに委託して製造を開始。日本からの輸出品の4割減の価格(約100元(1,800円)/1.8リットル)で提供している。

中国の清酒・紹興酒市場:企業別シェア



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

中国の清酒メーカー

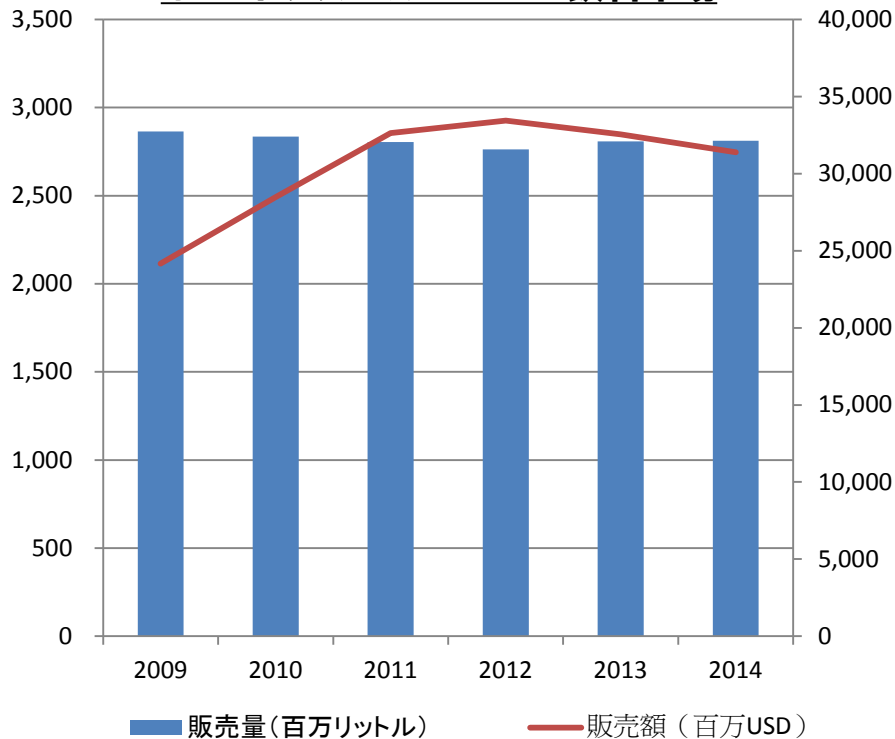
| 社名 | ブランド | 設立/清酒製造開始年 | 生産量: 2014年、mnℓ | その他 関連情報 |
|-------------------|-------------|------------|-------------------|---------------|
| 月桂冠(上海)商 貿有限公司 | 月桂冠 | 2011 | 1.9 | 現地メーカーに 委託 |
| 宝酒造食品 | 松竹梅 | 1995 | 0.8 | 宝酒造子会社 |
| 天津中谷酒造 | 朝香 | 1994 | 0.2 | 中谷酒造運営 |
| 天津直沽醸造 | 銀雪 | 1993 | 0.2 | 現地資本 |
| 愛丹造酒 | 観月梅 | 1995 | 0.2 | 甘強酒造傘下 |
| 瀋陽大旺食品 | 大関 | 2003 | 0.2 | 大関と技術提携 |
| 大連木戸泉醸造 | 木戸泉 | 1994 | 0.2 | 木戸泉は撤退 |
| 大連偕楽園食品 | 白扇 | 1996 | 0.2 | |
| 天津大王酒造 | 翁鶴 | 1996 | 0.2 | |
| 南通日久酒造 | 日久、鬼こ ろし | 2006 | 0.2 | 大石酒造と提携 |

オーストラリア

アルコール飲料市場と清酒市場

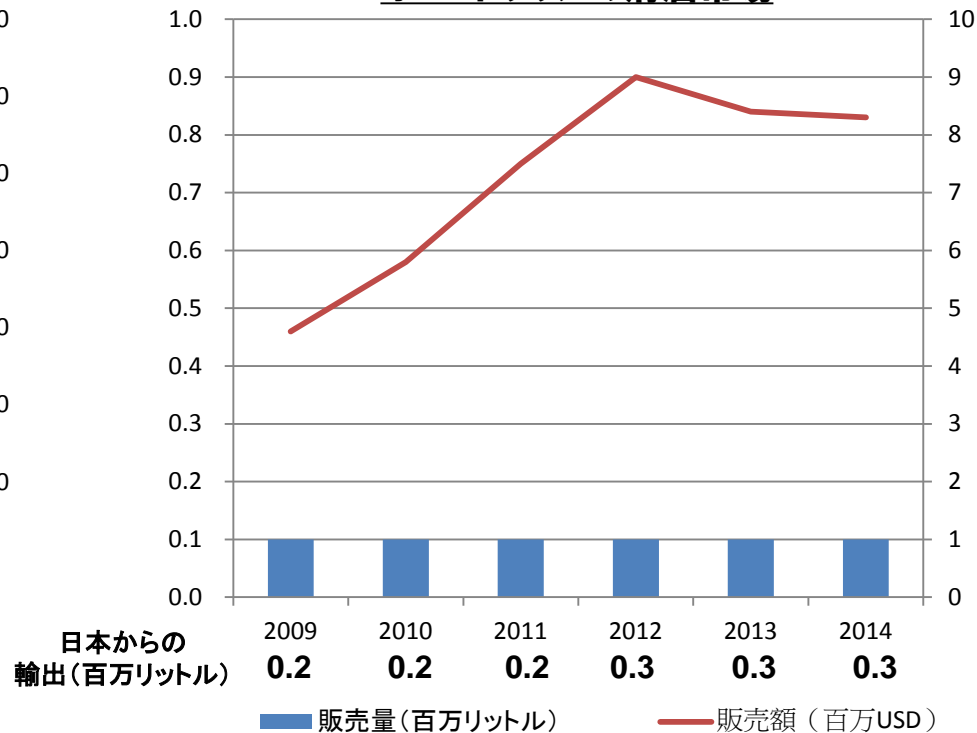
- オーストラリアのアルコール飲料市場は2012年に販売額でピークを迎えたが、その後右肩下がり。量ではほぼ横ばいである。2014年段階で、量では約2,800百万リットル、販売額では約33十億USDである。
- 清酒市場については過去5年間で、量は約0.1百万リットルで横ばい、販売額は2012年にピークとなったのちやや右肩下がりである。販売額は2014年段階で約8.3百万USDで、アルコール飲料に占めるシェアは0.1%に満たない。
- 日本からのオーストラリア向け日本酒の輸出量が0.2~0.3百万リットルで推移していることを考えると、日本から輸出された日本酒が再輸出されている可能性がある

オーストラリアのアルコール飲料市場



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

オーストラリアの清酒市場



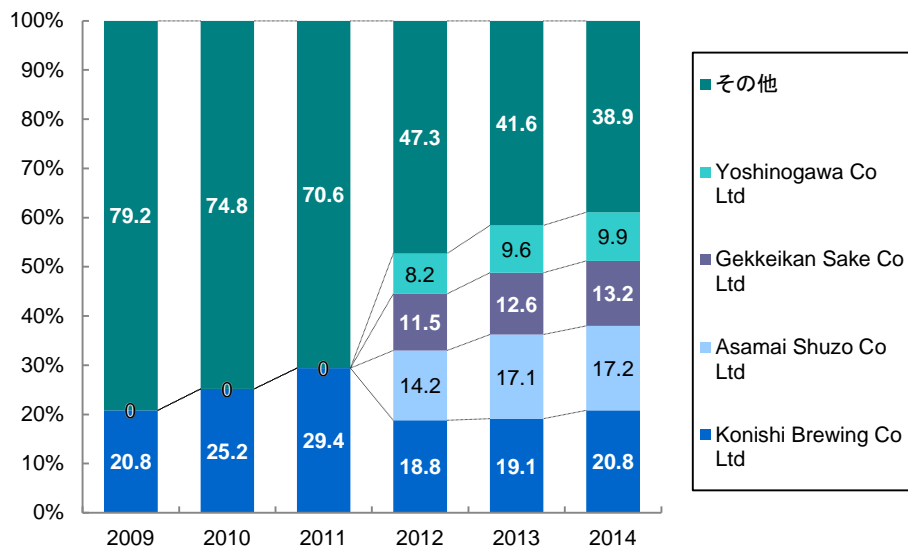
出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

オーストラリア

アルコール飲料市場と清酒市場

- オーストラリアで清酒生産を行っているのは、小西酒造が運営するサンマサムネ社である。低アルコールのスパークリングなど特徴ある商品を持ち、現地の嗜好に合わせたマーケティングを実施している。
- 同社の特徴は輸出にあり、8割以上を日本、韓国向けに輸出している。
- オーストラリアでは近年、浅舞酒造、月桂冠、吉乃川酒造の各社のプレゼンスが上がってきているが、これらはすべて日本からの輸出と見られる。ただし、月桂冠に関しては、米国月桂冠からの輸出である可能性もある。

オーストラリアの清酒市場：企業別シェア



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

オーストラリアの清酒メーカー

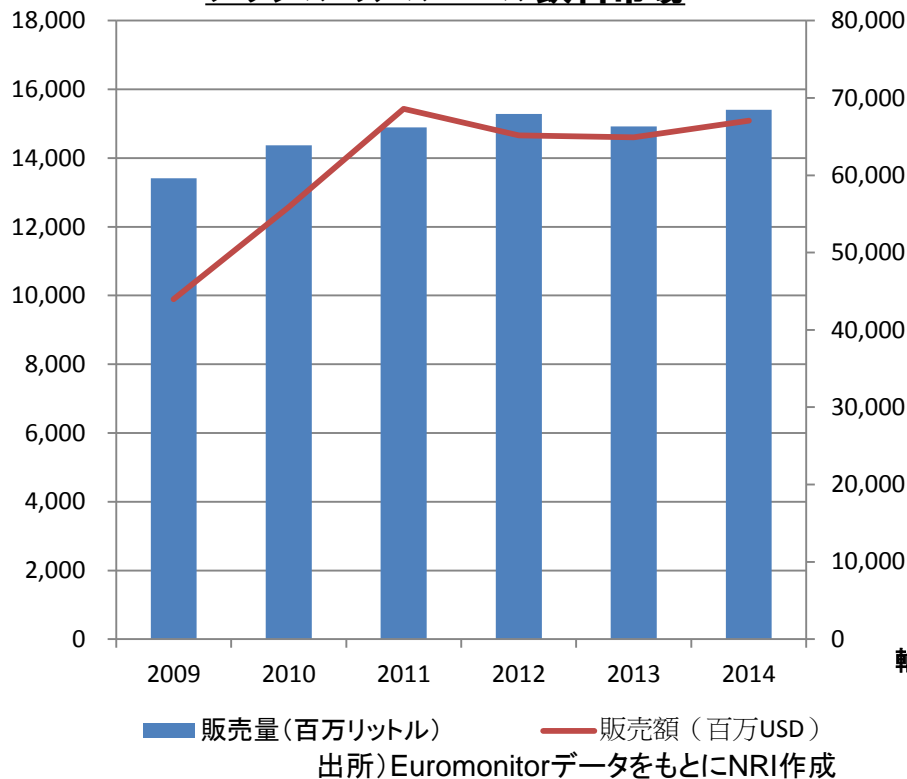
| 社名 | ブランド | 設立/清酒製造開始年 | 生産量：2014年、mn ¹⁾ | その他関連情報 |
|--------------------------|------|------------|----------------------------|----------------------------|
| Sun Masamune Pty Limited | 豪酒 | 1995 | 1.0 | 運営は小西酒造 8割以上を日本、韓国向けに輸出 |

ブラジル

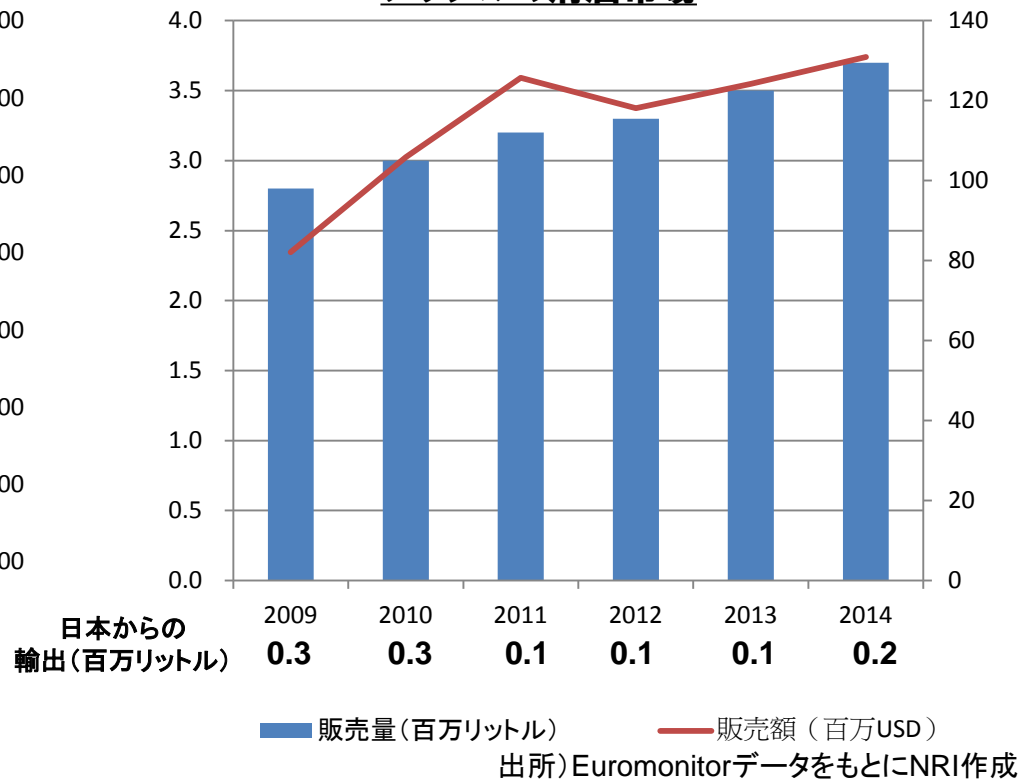
アルコール飲料市場と清酒市場

- ブラジルのアルコール飲料市場は2012年に販売額でピークを迎え、その後横ばい。量も2012年以降横ばいである。2014年段階で、量では約1,530百万リットル、販売額では約68十億USDである。
- 清酒市場については過去5年間で、量は年平均成長率9.8%、販売額は13.4%で伸びているが、2014年段階で量では3.7百万リットル、販売額では130百万USDと、アルコール飲料市場に占めるシェアは1%に満たない。

ブラジルのアルコール飲料市場



ブラジルの清酒市場

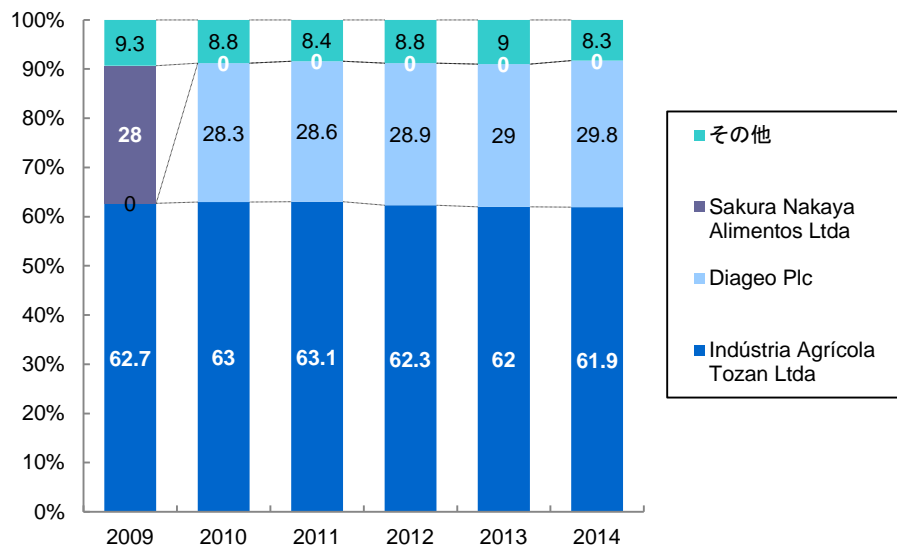


ブラジル

アルコール飲料市場と清酒市場

- ブラジルで清酒製造を行っているのは、下表の2社である。
- 現地で圧倒的シェアを占めるIndustria Agricola Tozan Ltda.は、キリンホールディングスが株の9割を保有するが、19世紀にブラジルに移り住んだ日本人が企業した東山農産の一事業であり、1934年から清酒「東麒麟(あづまきりん)」の生産を開始したのが起源である。原料米はウルグアイから輸入するジャポニカ種の「弥勒米」を使用。近年は、当社のブラジルの国民酒ともいえる砂糖黍原料と、清酒と果実とをミックスした、「サケピリンニャ」が人気を博している。
- もう一社のSakura Nakaya (Diageo:2010年社名変更)は、自社製造の清酒のほか、アメリカ、日本からバルク輸入した清酒をリパックして販売している。
- 両者とも、清酒のみならず味噌、醤油も製造している。

ブラジルの清酒市場:企業別シェア



出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

ブラジルの清酒メーカー

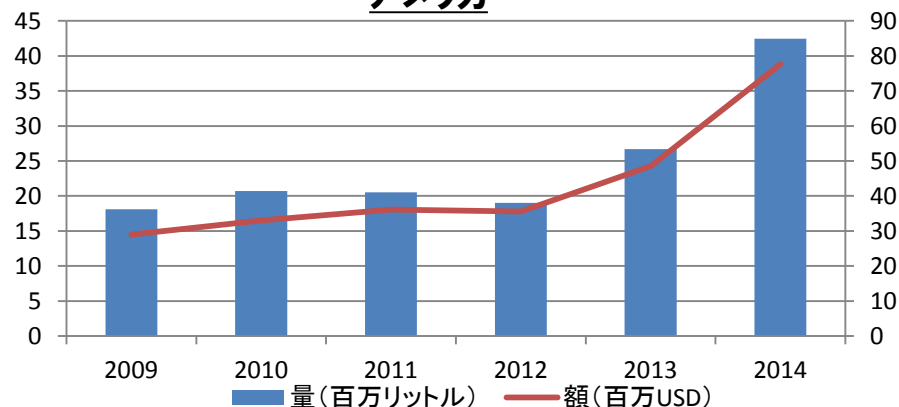
| 社名 | ブランド | 設立/清酒製造開始年 | 生産量: 2014年、mn ¹⁾ | その他 関連情報 |
|-------------------------------|------|------------|--------------------------------|------------------------------|
| Industria Agricola Tozan Ltda | 東麒麟 | 1934 | 2.3 | キリンHDが株の9割保有 |
| Sakura Nakaya | 大地 | 1979 | 1.1 | 日本人の中矢氏が1930年代に清酒製造していたのが始まり |

各国の清酒を含むアルコール飲料の輸出状況

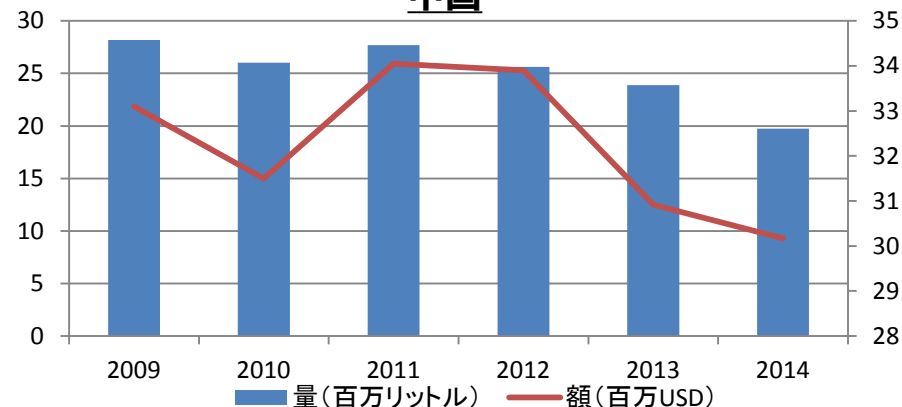
HSコード2206(その他の発酵酒)の各国からの輸出状況

- 「清酒」はHSコード2206: その他の発酵酒(例えば、りんご酒、なし酒及びミード)並びに発酵酒とアルコールを含有しない飲料との混合物及び発酵酒の混合物(他の項に該当するものを除く。)に含まれる。

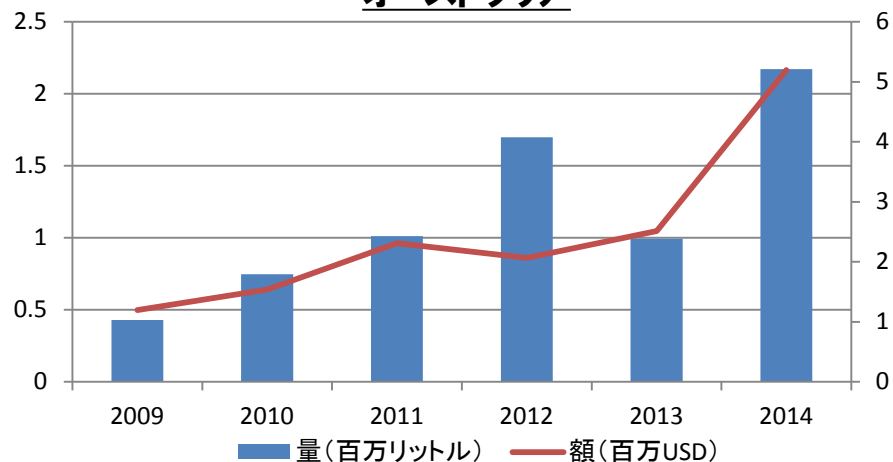
アメリカ



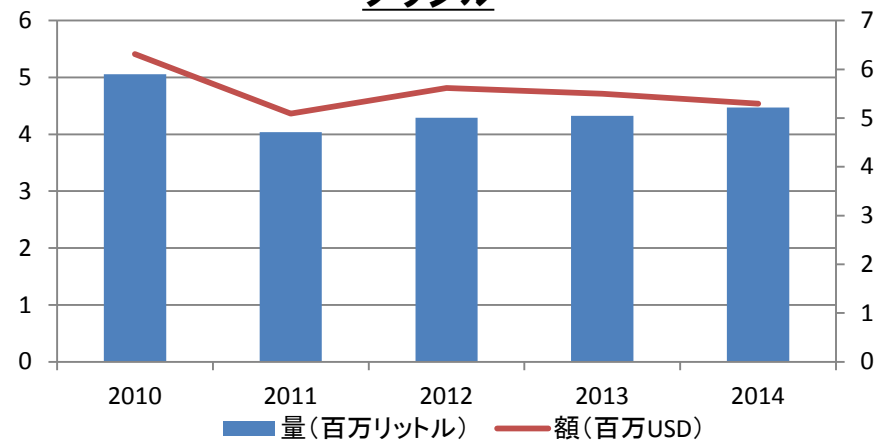
中国



オーストラリア



ブラジル



出所) UN ComtradeをもとにNRI作成

販売価格

各国で製造された清酒の価格

- 現地産の清酒は、約1,000~2,500円(720ml当たり)で販売される傾向にある。

各国で製造された清酒の価格

| ブランド | 清酒メーカー名 | 販売場所 | 容量 | 荷姿 | 価格 (AUD) | 価格 (BRL) | 価格 (CNY) | 価格 (USD) | 価格 (JPY) | レート(現地 通貨/JPY) |
|--|-------------------------------|--|--------|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------------|
| China | | | | | | | | | | |
| You Jia Yi Rice Wine (25% Abv) | Takara Shuzo Co Ltd | Hypermarket | 720 ml | Glass Bottles | N/A | N/A | 89 | N/A | 1,602 | 18 |
| Australia | | | | | | | | | | |
| Go-Shu Blue Super Premium Sake (15% Abv) | Sun Masamune Pty Ltd | Food/drink/tobacco specialists | 720 ml | Glass Bottles | 26.99 | N/A | N/A | N/A | 2,591 | 96 |
| Go-Shu Nama Premium Sake (15% Abv) | Sun Masamune Pty Ltd | Food/drink/tobacco specialists | 740 ml | Glass Bottles | 23.99 | N/A | N/A | N/A | 2,303 | 96 |
| Go-Shu White Sake (15% Abv) | Sun Masamune Pty Ltd | Food/drink/tobacco specialists | 740 ml | Glass Bottles | 22.87 | N/A | N/A | N/A | 2,196 | 96 |
| Brazil | | | | | | | | | | |
| Azuma Kirin Dourado (15.5% Abv) | Indústria Agrícola Tozan Ltda | Internet retailing | 740 ml | Glass Bottles | N/A | 24.9 | N/A | N/A | 1,046 | 42 |
| Azuma Kirin Dourado (15.5% Abv) | Indústria Agrícola Tozan Ltda | Supermarket | 740 ml | Glass Bottles | N/A | 22.9 | N/A | N/A | 962 | 42 |
| Azuma Kirin Junmai (15.5% Abv) | Indústria Agrícola Tozan Ltda | Internet retailing | 740 ml | Glass Bottles | N/A | 54.9 | N/A | N/A | 2,306 | 42 |
| Jun Daiti (14% Abv) | Sakura Nakaya Alimentos Ltda | Hypermarket | 670 ml | Glass Bottles | N/A | 19.9 | N/A | N/A | 836 | 42 |
| Jun Daiti (14% Abv) | Sakura Nakaya Alimentos Ltda | Internet retailing | 670 ml | Glass Bottles | N/A | 23.9 | N/A | N/A | 1,004 | 42 |
| USA | | | | | | | | | | |
| Gekkeikan Sake (0%) | Gekkeikan | Other Non-Grocery Alcoholic Drinks Specialists | 750 ml | Glass Bottles | N/A | N/A | N/A | 7.99 | 879 | 110 |
| Gekkeikan Sake (0%) | Gekkeikan | Supermarket | 750 ml | Glass Bottles | N/A | N/A | N/A | 7.99 | 879 | 110 |
| Ozeki (0%) | Ozeki Co Ltd | Supermarket | 750 ml | Glass Bottles | N/A | N/A | N/A | 7.99 | 879 | 110 |

出所) EuromonitorデータをもとにNRI作成

海外清酒メーカーの動向まとめと今後の日本酒輸出に向けた戦略

| 海外メーカーの特徴 | 今後の戦略 |
|--|---|
| <p>① 海外メーカーのうち、一定量(生産量0.2百万リットルを上回る)の生産を行っているものは、日本企業の子会社か、日本企業・日本人と技術・資本提携している(過去にした)ものがほとんどである</p> <p>② 現地で生産することにより原料および流通コストを下げ、日本から輸出する場合の約4割減の価格を実現している</p> <p>③ フレーバーをつける、カクテルにするなど、現地の嗜好に合った独自の商品を展開するところもみられる</p> | <p>【商品戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> 日本産原料を使っていることをアピールし、現地産との差別化を図る <p>【価格戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> 高価格帯を維持しつつも、流通コストは削減を図る <p>【流通戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> 現地で酒を扱う経験の豊富なインポーターを囲い込み、価値のわかるエンドユーザーへ届けられるようにする 現地清酒メーカーに、プレミアム商品として日本から輸出する商品を取り扱ってもらうことにより、現地清酒メーカーとwin-winの関係を築く <p>【プロモーション戦略】</p> <ul style="list-style-type: none"> 飲み方提案を行い、現地産日本酒との味の違いを消費者に認識してもらう機会を増やす |